**PROIECT DIDACTIC**

**„Mecanismul concurențial”**

**Școala:** Liceul Teoretic “Ion Heliade Rădulescu”, Târgoviște

**Profesor:** Andrei Ana-Maria

**Disciplina:** Economie

**Clasa:** a XI–a

**Data:**

**Unitatea de învățare:** Piața – întâlnire a agenților economici

**Subiectul lecției**: Mecanismul concurențial

**Scopul lecției**: Însușirea de noi cunoștințe referitoare la concurență

**Tipul lecției**: lecție mixtă (lecție de predare-învățare-evaluare)

**Competențe generale:**

1. Evaluarea comportamentului adecvat unui mediu economico-social în schimbare

**Competențe specifice**:

4.3.Adecvarea comportamentului economic propriu la cerințele unui mediu concurențial

**Competențe derivate:**

CD.1 Definirea concurenței în vederea utilizării adecvate a conceptului;

CD.2 Identificarea premiselor care conduc la apariția concurenței și a factorilor care determină amploarea acesteia;

CD.3 Enumerarea formelor concurenței și a funcțiilor acesteia în cadrul economiei de piață;

CD.4 Precizarea aspectelor pozitive ale concurenței pentru participanții la activitatea economică.

**Activități de învățare:**

1. Descoperirea prin cooperarea a definițiilor noilor concepte.
2. Identificarea rolului concurenței în economia de piață.
3. Enumerarea și caracterizarea tipurilor de concurență.
4. Exemplificarea unor situații de concurență loială și neloială.

**Metode și procedee didactice:** expunerea didactică, conversația euristică, explicația, exemplificarea, învățarea prin cooperare, metoda cubului, observarea sistematică a elevilor, autoevaluarea.

**Mijloace didactice:** manual de economie, fișe de documentare, fișe de lucru, fișe de autoevaluare, foi de flipchart, marker, prezentare ppt, aplicația Wheel of Names, aplicația Padlet, calculator și videoproiector, tablă.

**Forme de organizare a activității:** frontal interactiv, individual, pe grupe.

**Durata lecției:** 50 minute.

**Locul de desfășurare a lecției:** Sala multimedia B.

**BIBLIOGRAFIE**:

* “Economie”, manual clasa a XI-a, Ilie Gavrilă, Paul Tănase Ghiță, Dan Nițescu, Constantin Popescu, Editura Economică Preuniversitaria, București, 2006.
* “Economie – Aplicații. Teste. Probleme. Răspunsuri.”, Ilie Gavrilă, Paul Tănase Ghiță, Dan Nițescu, Constantin Popescu, Editura Economică, București, 2003.
* “Economie”, Ghid de pregătire intensivă pentru examenul de bacalaureat, Gabriel Hacman, Floriana Pană, Editura Nomina, Pitești, 2014.
* “Economie”, Ghid de pregătire intensivă pentru examenul de bacalaureat, Gabriel Hacman, Floriana Pană, Ida Mihaela Sibana, Editura Nominatrix, Pitești, 2015.
* „Ghid practic de economie pentru bacalaureat, admiterea în învățământul superior” – Teste de evaluare cu rezolvări, Gina Drăgoiu - Carpen, Editura Paralela 45, Pitești, 2015.
* „Pedagogie”, Ediția a III-a revizuită și adăugită, Constantin Cucoș, Editura Polirom, Iași, 2014.

DESFĂȘURAREA LECȚIEI

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Etapele lecției / Timp alocat (min)** | **Activitatea profesorului** | **Activitatea elevilor** | **Metode, procedee și tehnici didactice** | **Mijloace de învățământ utilizate** | **Forme de organizare** | **Modalități de evaluare** |
| **1.Moment organizatoric (captarea atenției) – 2 min.** | Salută elevii, face prezența și îi notează în catalog pe cei absenți. Asigură disciplina școlară. | Se pregătesc pentru începerea orei, numesc elevii absenți și își scot caietele pe bancă. | Conversația euristică |  | frontal |  |
| **2.Reactualizarea cunoștințelor anterioare (cunoștințe ancoră) – 10 min** | Solicită elevii să răspundă și să reflecteze la următoarele întrebări:  *Ce este piața?*  *Care sunt funcțiile pieței?*  *Care sunt cele două mari categorii de agenți economici care activează pe piață?*  *Care sunt interesele agenților economici pe piață?*  *Care sunt variabilele pieței?* | Răspund la întrebările puse de profesor. | Conversația euristică | Prezentare ppt  Calculator  Videoproiector | frontal  individual | Chestionarea orală  Observarea sistematică |
| **3.Anunțarea titlului lecției și a competențelor derivate– 3 min** | Anunță titlul lecției și competențele derivate identificate.  *“Mecanismul concurențial”*  CD.1 Definirea concurenței în vederea utilizării adecvate a conceptului;  CD.2 Identificarea premiselor care conduc la apariția concurenței și a factorilor care determină amploarea acesteia;  CD.3 Enumerarea formelor concurenței și a funcțiilor acesteia în cadrul economiei de piață;  CD.4 Precizarea aspectelor pozitive ale concurenței pentru participanții la activitatea economică. | Notează titlul lecției în caiete. | Conversația euristică Expunerea didactică | Prezentare ppt  Calculator  Videoproiector  Tabla  Marker  Caietul elevilor | frontal | Observarea sistematică |
| **4.Dirijarea învățării**  **(Comunicarea noilor cunoștințe) – 15 min** | Scrie lecția la tablă în mod schematic.  Împarte elevilor fișele de documentare.  Predă lecția, explicând noile noțiuni. | Notează în caiete noțiunile de bază.  Participă activ procesul de predare formulând răspunsuri la întrebările puse de profesor.  Citesc fișele de documentare. | Conversația euristică Expunerea didactică  Explicația  Dezbaterea  Învățarea prin descoperire  Brainstorming  Exemplificarea | Prezentare ppt  Calculator  Videoproiector  Tabla  Marker  Caietul elevilor  Fișe de documentare | frontal interactiv  individual | Observarea sistematică |
| **5.Fixarea cunoștințelor**  **(realizarea feedback-ului) –**  **15 min** | Împarte elevilor fișele de lucru, le explică cerințele și discută împreună cu aceștia răspunsul la întrebări și aplicații.  Împarte elevilor fișele de autoevaluare (Metoda ABC) și numește câțiva elevi care vor citi ce au completat în fișă. | Completează fișele de lucru primite și își motivează răspunsurile date.  Sunt încurajați de către profesor să vorbească și să ceară explicații.  Completează fișele de autoevaluare. | Conversația euristică  Explicația  Dezbaterea  Învățarea prin descoperire  Metoda cubului Exemplificarea  Exercițiul  Autoevaluarea | Prezentare ppt  Aplicația Wheel of Names  Aplicația Padlet  Calculator  Videoproiector  Tabla  Marker  Caietul elevilor  Fișe de lucru  Fișe de autoevaluare | frontal  interactiv  pe grupe | Observarea sistematică  Evaluarea frontală  Autoevaluarea |
| **6.Tema pentru acasă – 2 min** | Dă tema de lucru pentru acasă.  *Scrieți câte un argument care să susțină beneficiile existenței concurenței pentru a) Producători și b) Consumatori*. | Notează tema pentru acasă. | Conversația euristică  Explicația | Prezentare ppt  Calculator  Videoproiector  Caietele elevilor | frontal  individual | Observarea sistematică |
| **7.Aprecieri și recomandări – 3 min** | Face aprecieri individuale și colective asupra activității elevilor.  Notează elevii care s-au implicat activ în desfășurarea activității. | Ascultă aprecierile verbale și unii dintre ei primesc note pentru activitatea desfășurată. | Conversația | Catalogul (catalogul profesorului) | frontal | Aprecieri verbale  Note |

SCENARIU DIDACTIC (DESFĂȘURAREA DETALIATĂ A LECȚIEI)

1. **Moment organizatoric** (2 min) – *profesorul salută elevii. Elevii răspund la salutul profesorului. Profesorul notează elevii absenți.*
2. **Reactualizarea cunoștințelor anterioare (cunoștințe ancoră)** (10 min)

*Ce este piața?*

Piața este spațiul economic în care se poziționează toți agenții economici care în acțiunile lor cooperează și totodată se concurează.

Piața este locul de întâlnire a agenților economici, grupați în cumpărători și vânzători, unde fiecare își exprimă cererea, oferta și condițiile concrete de realizare a vânzării – cumpărării.

Piața este cadrul de formare a prețului la care sunt tranzacționate bunurile marfare și în funcție de care agenții economici se orientează ce și cât să producă și să cumpere.

*Care sunt funcțiile pieței?*

1. funcția de informare cu privire la ceea ce este nevoie și ar trebui să se producă, prețul la care s-ar putea vinde sau cumpăra o marfă, cantitatea și calitățile sale, etc;
2. funcția de verificare și confirmare (sau infirmare) a comportamentului și deciziilor luate de agenții economici;
3. funcția de comunicare între producție și consum;
4. funcția de distribuire (orientare) a resurselor pe activități economice după importanța acestora pentru existența și progresul societății.

*Care sunt cele două mari categorii de agenți economici care activează pe piață?*

Producătorii și consumatorii.

*Care sunt interesele agenților economici pe piață?*

Producătorul – maximizarea profitului

Consumatorul – satisfacerea nevoilor

*Care sunt variabilele pieței?*

Variabilele pieței sunt: obiectul tranzacțiilor, cererea, oferta, prețul și concurența.

1. **Anunțarea titlului lecției și a competențelor derivate** (3 min) – *profesorul anunță titlul lecției iar elevii îl notează în caiete.*

*Astăzi vom studia o nouă lecție, intitulată:*

* Mecanismul concurențial

*În cadrul lecției de azi vom defini conceptul de concurență, vom identifica premisele apariției concurenței pe piață și factorii de care depinde amploarea acesteia, vom enumera formele concurenței și funcțiile pe care le îndeplinește aceasta și vom evidenția aspectele pozitive ale concurenței pentru participanții la activitatea economică.*

1. **Dirijarea învățării – comunicarea noilor cunoștințe** (15 min) - *profesorul scrie pe tablă titlul lecției:* **Mecanismul concurențial**

*Profesorul împarte elevilor fișele de documentare și numește elevii care citesc cu voce tare informațiile primite. Profesorul explică conceptele descrise în fișa de documentare. Elevii notează conceptele noi.*

**Concurența reprezintă competiția, confruntarea dintre agenții economici de același fel, în vederea realizării pe piață a propriilor interese în condiții de libertate economică.**

Baza mecanismului concurențial: fiecare este în competiție cu ceilalți pentru a-și realiza interesele, dar trebuie să și coopereze pentru că depind unii de alții.

Premisele concurenței:

* prețul se formează liber, în funcție de cerere și ofertă;
* purtătorii cererii și ofertei sunt numeroși;
* libertatea consumatorilor și producătorilor este apărată și garantată de lege și de un sistem democratic.

Factorii de care depinde amploarea concurenței:

* numărul agenților economici implicați ca vânzători și cumpărători;
* gradul de diferențiere a ofertei și a preferințelor cumpărătorilor exprimate prin cerere;
* capacitatea societății de a stimula inițiativa, creativitatea și spiritul de competiție al agenților economici.

Formele concurenței:

1. După metodele folosite în lupta concurențială:
2. **concurența loială (corectă, legală)** – atunci când sunt respectate reglementările legale și normele morale recunoscute de societate (reducerea costurilor, reducerea prețurilor, sporirea calității, acordarea de facilități clienților, publicitatea, sponsorizarea, diversificarea gamei de produse etc);
3. **concurența neloială (incorectă) –** atunci când sunt încălcate prevederile legale și normele morale (folosirea șantajului, mitei, traficului de influență, speculei, evaziunii fiscale etc).
4. După posibilitatea satisfacerii intereselor agenților economici:
5. **concurența perfectă –** atunci când interesele agenților economici sunt satisfăcute în cea mai mare măsură;
6. **concurența imperfectă –** atunci când nu se realizează una sau mai multe dintre trăsăturile concurenței perfecte și astfel interesele se realizează diferențiat.

**Concurența loială, liberă, are mai multe funcții:**

* stimulează progresul general.
* diferențiază agenții economici: îi avantajează pe cei creativi, abili, competenți și întreprinzători.
* conduce în mod natural la reducerea costurilor unitare, la diferențierea ofertei, iar uneori chiar la reducerea prețurilor de vânzare, acțiuni care în ultimă instanță îl avantajează pe cumpărător.

1. **Fixarea cunoștințelor (realizarea feedback –ului)** (15 min) – *Profesorul propune o activitate practică pe grupe, astfel elevii se împart în 6 grupe și, în urma tragerii la sorți (Aplicația Wheel of Name), primesc fișa de lucru aferentă. Profesorul le explică cerințele, apoi, împreună cu aceștia comentează răspunsurile găsite. Fiecare grupă va avea un conducător (lider) care va prezenta în fața clasei rezolvarea fișei de lucru primite.*

*Activitatea practică pe grupe presupune rezolvarea unei fișe de lucru care are în prim plan una dintre următoarele cerințe:* ***descrie, compară, asociază, aplică, analizează*** *și* ***argumentează*** *(metoda cubului).*

*Profesorul invită conducătorii de grupă să prezinte răspunsurile găsite (Aplicația Padlet) și oferă explicațiile necesare pentru a clarifica eventualele nelămuriri ale elevilor.*

*Profesorul împarte elevilor fișele de autoevaluare, aceste fișe sunt concepute conform metodei ABC (****A****m învățat să .......................;* ***B****ine a fost că ..................;* ***C****el mai mult mi-a plăcut că/ să ............). Elevii sunt lăsați 2 minute să completeze fișele de evaluare, apoi profesorul va numi câțiva elevi pentru a citi ce au completat în fișă.*

1. **Tema pentru acasă** (2 min) – Scrieți câte un argument care să susțină beneficiile existenței concurenței pentru: a) producători și b) consumatori.
2. **Aprecieri și recomandări** (3 min) – *profesorul face aprecieri cu privire la activitatea elevilor și îi notează pe cei care s-au implicat activ.*

# ***Unitatea de învăţământ: Liceul Teoretic „I. H. Rădulescu”, Târgoviște***

# ***Disciplina:* ECONOMIE Clasa a XI-a**

# ***Profesor: Andrei Ana-Maria***

**FIȘĂ DE DOCUMENTARE**

**Mecanismul concurențial**

*Piețele există ori de câte ori oamenii se întâlnesc spre a cumpăra și vinde mărfurile și serviciile lor. Relațiile dintre agenții economici care acționează pe aceeași piață cu scopul de a-și realiza propriile interese sunt relații de concurență.*

*Prin intermediul concurenței se asigură:*

* *o bună alocare a resurselor;*
* *o mai bună satisfacere a nevoilor oamenilor;*
* *diversificarea producției;*
* *îmbunătățirea calității bunurilor și serviciilor oferite pe piață;*
* *dezvoltarea procesului inovațional;*
* *dezvoltarea procesului inovațional;*
* *creșterea eficienței economiei în ansamblul său, deoarece elimină de pe piață firmele nerentabile;*
* *creșterea competitivității firmelor naționale pe piața mondială.*

**Concurența reprezintă competiția, confruntarea dintre agenții economici de același fel, în vederea realizării pe piață a propriilor interese în condiții de libertate economică.**

Interesele agenților economici sunt specifice, dar nu pot fi realizate decât prin intermediul relațiilor cu ceilalți, face din aceste relații **baza mecanismului concurențial: fiecare este în competiție cu ceilalți pentru a-și realiza interesele, dar trebuie să și coopereze pentru că depind unii de alții.**

În deplinătatea sa, concurența există atunci când și acolo unde:

* **prețul se formează liber, în funcție de cerere și ofertă;**
* **purtătorii cererii și ofertei sunt numeroși;**
* **libertatea consumatorilor și producătorilor este apărată și garantată de lege și de un sistem democratic.**

Ca și piața, concurența cunoaște o amploare diferită în timp și spațiu, în funcție de:

* **numărul agenților economici implicați ca vânzători și cumpărători;**
* **gradul de diferențiere a ofertei și a preferințelor cumpărătorilor exprimate prin cerere;**
* **capacitatea societății de a stimula inițiativa, creativitatea și spiritul de competiție al agenților economici.**

Formele concurenței:

1. După metodele folosite în lupta concurențială:
2. **concurența loială (corectă, legală)** – atunci când sunt respectate reglementările legale și normele morale recunoscute de societate (reducerea costurilor, reducerea prețurilor, sporirea calității, acordarea de facilități clienților, publicitatea, sponsorizarea, diversificarea gamei de produse etc);
3. **concurența neloială (incorectă) –** atunci când sunt încălcate prevederile legale și normele morale (folosirea șantajului, mitei, traficului de influență, speculei, evaziunii fiscale etc).
4. După posibilitatea satisfacerii intereselor agenților economici:
5. **concurența perfectă –** atunci când interesele agenților economici sunt satisfăcute în cea mai mare măsură;
6. **concurența imperfectă –** atunci când nu se realizează una sau mai multe dintre trăsăturile concurenței perfecte și astfel interesele se realizează diferențiat.

**Concurența loială, liberă, are mai multe funcții:**

* **stimulează progresul general,** incită agenții economici la inițiativă, creativitate și inovare, pentru utilizarea resurselor. În felul acesta sporește eficiența economică, iar nevoile sunt mai bine satisfăcute;
* **diferențiază agenții economici: îi avantajează pe cei creativi, abili, competenți și întreprinzători.** Ei își îmbunătățesc poziția pe piață și își măresc profitul. Totodată, concurența îi sancționează pe cei imobili și conservatori, mergându-se până la falimentarea afacerilor. În felul acesta concurența salubrizează viața economică, eliminându-i pe cei lipsiți de eficiență;
* **conduce în mod natural la reducerea costurilor unitare, la diferențierea ofertei, iar uneori chiar la reducerea prețurilor de vânzare, acțiuni care în ultimă instanță îl avantajează pe cumpărător.**

Practici anticoncurențiale:

Sunt interzise orice înțelegeri între întreprinderi, decizii ale asociațiilor de întreprinderi şi practici stabilite, care au ca obiect sau au ca efect împiedicarea, restrângerea ori denaturarea concurenței pe piața românească sau pe o parte a acesteia, în special cele care:

1. stabilesc, direct sau indirect, prețuri de cumpărare sau de vânzare sau orice alte condiții de tranzacționare;
2. limitează sau controlează producția, comercializarea, dezvoltarea tehnică sau investițiile;
3. împart piețele sau sursele de aprovizionare;
4. aplică, în raporturile cu partenerii comerciali, condiții inegale la prestații echivalente, creând astfel acestora un dezavantaj concurențial;
5. condiționează încheierea contractelor de acceptarea de către parteneri a unor prestații suplimentare care, prin natura lor sau în conformitate cu uzanțele comerciale, nu au legătură cu obiectul acestor contracte.

**Teoria economică pornește de la premisa că rațiunea de a fi a concurenței, sensul său ultim, este de a favoriza satisfacerea mai bună a trebuințelor consumatorilor, fără ca interesele producătorului să fie sacrificate.**

*Temă:*

*Scrieți câte un argument care să susțină beneficiile existenței concurenței pentru:*

*a) producători;*

*b) consumatori.*

**FIȘĂ DE LUCRU NR. 1**

**DESCRIE**

**MECANISMUL CONCURENȚIAL**

**Nume elevi:** .................................................................................................................................

..............................................................................................................................................................................................................................................................................................................

**Cerință:**

***Descrieți*** *termenul* ***concurență****, definindu-l și identificând baza mecanismului concurențial. Scrieți 5 cuvinte care vă conduc cu gândul la* ***concurență.***

**Definiția concurenței:** .................................................................................................................

.......................................................................................................................................................

.......................................................................................................................................................

.......................................................................................................................................................

**Baza mecanismului concurențial:** ..............................................................................................

.......................................................................................................................................................

.......................................................................................................................................................

.......................................................................................................................................................

**CONCURENȚA**

**FIȘĂ DE LUCRU NR. 2**

**COMPARĂ**

**MECANISMUL CONCURENȚIAL**

**Nume elevi:** .................................................................................................................................

..............................................................................................................................................................................................................................................................................................................

**Cerință:**

***Comparați concurența dintre firme cu concurența între elevi.***

*Aveți în vedere următoarele aspecte: interesele fiecăruia, metodele utilizate în lupta concurențială, practici anticoncurențiale.*

|  |  |
| --- | --- |
| **Concurența între firme** | **Concurența între elevi** |
|  |  |

**FIȘĂ DE LUCRU NR. 3**

**ASOCIAZĂ**

**MECANISMUL CONCURENȚIAL**

**Nume elevi:** .................................................................................................................................

..............................................................................................................................................................................................................................................................................................................

**Cerință:**

***Asociați*** *metodele utilizate în lupta anticoncurențială cu formele concurenței (loială și neloială), bifând căsuța corespunzătoare din tabelul de mai jos:*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Metode utilizate în competiția dintre agenții economici** | **Concurența loială** | **Concurența neloială** |
| Reducerea prețurilor | 1 | 8 |
| Acordarea de facilități clienților | 5 | 3 |
| Spionajul economic | 9 | 2 |
| Îmbunătățirea calității produselor | 1 | 4 |
| Reclama bazată pe informații false | 7 | 5 |
| Furtul de informații și documente | 2 | 1 |
| Sponsorizarea | 3 | 8 |
| Diversificarea gamei de produse | 9 | 6 |

*Răspunsurile corecte alcătuiesc un cod din 8 litere. Identificați acest cod pentru a-l da echipei care a lucrat fișa nr.4 (Aplică).*

*Răspuns: ................................................................................*

**FIȘĂ DE LUCRU NR. 4**

**APLICĂ**

**MECANISMUL CONCURENȚIAL**

**Nume elevi:** .................................................................................................................................

..............................................................................................................................................................................................................................................................................................................

**Cerință:**

***Aplicați*** *termenul de concurență pe piața produselor lactate din România.*

* Dați exemplu de 5 firme concurente care își desfășoară activitatea pe piața produselor lactate din România: ...................................................................................................................

*.....................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................*

* Tocmai ați înființat o firmă ce are ca obiect de activitate *Fabricarea și comercializarea produselor lactate.* Alegeți 2 metode pentru a le utiliza în lupta concurențială (specifice concurenței loiale) pentru a vă dezvolta strategia de piață. Argumentați-vă alegerea.

.................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................

* Identificați firma lider de pe piața produselor lactate din România. Utilizați codul primit de la echipa care a lucrat fișa nr. 3 (asociază). Cheia pentru descifrarea codului primit este următoarea: 1 – A, 2 – B, 3 – C, 4 – D, 5 – L, 6 – P, 7 – O, 8 - S, 9 – T.

Răspuns: ..........................................................................................................

**FIȘĂ DE LUCRU NR. 5**

**ANALIZEAZĂ**

**MECANISMUL CONCURENȚIAL**

**Nume elevi:** .................................................................................................................................

..............................................................................................................................................................................................................................................................................................................

**Cerință:**

***Analizați*** *concurența dintre firmele ADIDAS și PUMA.*

Pornind de la informațiile descoperite în articolul *ADIDAS ȘI PUMA: Frații Dassler, o rivalitate de milioane* (<https://paginiromanesti.ca/2012/02/17/adidas-si-puma-fratii-dassler-o-rivalitate-de-milioane/>) răspundeți la următoarele întrebări:

1. Ce au inventat cei doi frați?

.......................................................................................................................................................

1. Cu ce ocazie au devenit cunoscuți la nivel internațional?

..............................................................................................................................................................................................................................................................................................................

1. În ce an au închis afacerea familiei pentru a porni pe drumuri diferite?

.......................................................................................................................................................

1. Povestea numelui ADIDAS? Ce siglă a ales Adi Dassler pentru noua sa firmă?

.....................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................

1. Povestea numelui PUMA? Ce siglă a ales Rudolf Dassler pentru noua sa firmă?

.....................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................

1. Ce metode au folosit cei doi frați în lupta concurențială?

.....................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................

1. Când doi se ceartă ... al treilea câștigă! Cum a devenit NIKE lider de piață în domeniul echipamentelor sportive?

.....................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................

1. Ce strategie a adoptat ADIDAS pentru a reveni pe piața echipamentelor sportive din SUA? Dar PUMA?

..............................................................................................................................................................................................................................................................................................................

[**https://paginiromanesti.ca/2012/02/17/adidas-si-puma-fratii-dassler-o-rivalitate-de-milioane/**](https://paginiromanesti.ca/2012/02/17/adidas-si-puma-fratii-dassler-o-rivalitate-de-milioane/)

**ADIDAS şi PUMA: Fraţii Dassler, o rivalitate de milioane**

Ce se întâmplă când rivalitatea dintre doi fraţi (nemţi) este atât de mare încât ei nu mai suportă să lucreze îm­preună? Nu se iau la bătaie, dar înfiinţează două companii puternice, care par că îşi trag vitalitatea din permanenta concurenţă în care se află.

O competiţie care rupe în două o familie, un oraş, gusturile sportivilor, dând până la urmă câştig de cauză companiei americane Nike, care de ceva vreme ocupă locul 1 la vânzări în rândul producătorilor de echipament sportiv.

Adidas şi Puma – aflate pe locul 2, respectiv 3, în  clasamentul producătorilor de echipament sportiv – sunt creaţia fraţilor Adi (Adolf) şi Rudi (Rudolf) Dassler, modeşti cizmari din Herzogenaurach, Bavaria. Datorită unei invenţii care pare astăzi la fel de banală ca apa caldă – crampoanele – ei au cucerit lumea spor­tului încă dinainte de cel de-al Doilea Război Mondial.

Dar, din cauza acestui război şi a opţiunilor lor politice, fraţii Dassler au ajuns să se urască atât de tare încât au rupt în două afacerea familiei.

**Primii paşi**

Cum au ajuns doi cizmari din Bavaria să cuce­rească lumea? Au început în anii 1920, într-o spălătorie de rufe transformată în atelier, aflată în spatele casei familiale. Aici, cei doi fraţi, pasionaţi de sport şi de pielărie, au dat naştere uneia din cele mai tari invenţii din lumea sportului.

Fraţii Dassler formau echipa perfectă – spun econo­miştii de azi – şi multă vreme ei au lucrat îm­preună fără probleme. În vreme ce Adi se concentra pe “creaţie” – cum să facă pantofii mai rezistenţi, mai uşori, mai eficienţi -, fratele cel mare, Rudi, avea ca sarcină să se ocupe de marketing, fiindcă era “bun de gură” şi vânză­tor iscusit. În 1925, au început să comercializeze pan­tofii cu crampoane – invenţia lui Adi Dassler – pentru fotbalişti şi alergători. Din 1931, şi-au extins businessul şi către tenis, un alt sport extrem de popular într-o Germanie obsedată de condiţia fizică.

Adi şi Rudi se completau perfect în afacerea lor cu pantofi. Iar odată cu Olimpiada de la Berlin, din 1936, faima fraţilor Dassler avea să atingă cote mondiale. Ei au reuşit să îl determine pe americanul Jesse Owens să poarte pantofi de sport Dassler, iar acesta a câştigat patru me­dalii de aur la probele de alergat. Evident, toţi comentatorii au subliniat că succesul americanului s-a datorat în mare parte pantofilor Dassler.

Toate acestea se petreceau cu doar câţiva ani înain­te de începutul celui de-al Doilea Război Mondial, când   lumea avea să se îm­partă în două tabere, iar fraţii Dass­ler aveau să se separe. Cei mai mulţi comentatori spun că motivele separării lor au fost legate de modul diferit în care fiecare a ales să trăiască în anii celui de-al Doilea Război Mondial. Ce este cert este că, în 1948, “Gebrüder Dassler Schuhfabrik”, firma familiei, s-a rupt în mod oficial.

**Râul care desparte un oraş şi o familie**

Adi Dassler a găsit rapid un nume pentru noul său business – Adidas – pornind de la primele trei litere ale pre­numelui şi de la primele trei litere ale numelui său de familie. Rudi nu a avut un aşa de mare impact cu prima sa în­cercare pentru numele propriei companii – Ruda – format din primele două litere din prenume şi numele de familie, aşa că s-a orientat ulterior către Puma. În vreme ce Adi a ales cele trei dungi ca logo pentru compania sa, Rudi a cerut ca pe toate produsele companiei să apară de-acum celebra felină.

Aşa au luat naştere cele două companii şi o competiţie acerbă în oraşul Herzogenaurach. Fiecare dintre fraţi deţinea câte o fabrică de o parte şi de alta a râului Aurach. Locuitorii au fost nevoiţi şi ei să facă propria lor alegere.

**Lovitura sub centură**

Întâi, fraţii au concurat pentru dominaţie în atletism: cine dă pantofi de sport gratis concurenţilor, pentru a avea parte de reclamă. În 1964, spun biografii celor doi, fraţii Dassler mituiau din greu atleţii pentru ca aceştia să le poarte produsele, iar Adidas a câştigat multe din aceste bătălii de “sponsorizare”. La Olimpiada de la Tokio, compania lui Adi l-ar fi mituit pe alergătorul Bob Hayes, ca să îi trădeze pe cei de la Puma şi să poarte pantofi Adidas în timpul curselor, deşi atletul avea o înţelegere cu firma lui Rudi.

Competiţia dură ce caracteriza modul de a face afaceri al fraţilor Dassler s-a transmis şi în familie, Adi şi Rudi având relaţii dificile cu copiii lor. În vreme ce Armin, moştenitorul lui Rudi, a petrecut mulţi ani în Austria după certuri interminabile cu tatăl său, Horst, fiul lui Adi, a încercat să creeze o companie paralelă Adidas, în Franţa, în vreme ce de sediul central din Germania nu se mai ocupa nimeni.

**Când doi se ceartă…**

Dar, în vreme ce cei doi fraţi continuau să facă un scop în sine din competiţia “familială”, o mică firmă americană avea să câştige din cota de piaţă şi, încet – încet, să ajungă pe primul loc în topul vânzărilor de echipament sportiv, loc pe care-l ocupă din anii ‘80 încoace. Este vorba despre Nike, compania înfiinţată de Phil Knight, care a dat lovitura după ce a semnat un contract de sponsorizare cu baschetbalistul american Michael Jordan, pentru “Air Nike” – cei mai bine vânduţi pantofi de baschet din lume. Şi asta deşi Michael Jordan era înnebunit după produsele Adidas, companie care semnase cu un jucător de baschet mai puţin cunoscut, Patrick Ewing.

La începutul anilor ‘90, în SUA nici nu se mai vorbea despre Adidas şi Puma, iar cele două companii surori (vitrege) au încercat în zadar să recupereze piaţa cu stra­tegii pentru novici în marketing. Adidas a avut o campanie cu şireturi colorate, în vreme ce Puma şi-a vândut o bună parte din produse în magazine de discount, gen Kmart.

**Revenirea**

Fără a fi descurajate, Adidas şi Puma au luptat să revină în top pe piaţa americană, cea mai importantă în ceea ce priveşte vânzarea de echipamente sportive. Managerii Adidas au angajat chiar, pentru câţiva ani, un american excentric care lucrase la Nike, pentru a revitaliza afacerile.

Adidas şi Puma nu mai sunt de mult firme de familie, ci adevărate imperii, în fruntea cărora s-au perindat manageri de top din lume. Bernard Tapie sau Robert Louis – Dreyfus, la Adidas şi Jochen Zeitz – un copil minune al businessului – la Puma, sunt nume respectate, care au globalizat afacerile celor doi coloşi germani. O mare parte din producţie este externalizată, iar brandu­ri­le sunt atât de bine implementate în piaţă încât mulţi clienţi habar nu au că Puma, de pildă, una dintre cele mai trendy mărci pe piaţa asiatică, este de fapt germană.

Impactul globalizării asupra celor două firme surori vitrege se vede cu ochiul liber, cel puţin în Herzogenaurach. Să porţi o pereche de pantofi Puma cu un tricou Adidas nu mai este o blasfemie pentru locuitorii celebrului orăşel. Este un semn că rivalitatea dintre cei doi fraţi a devenit o poveste de marketing atât de savuroasă încât, în cele din urmă, a făcut pace în familia Dassler.

**ARGUMENTEAZĂ**

**FIȘĂ DE LUCRU NR. 6**

**MECANISMUL CONCURENȚIAL**

**Nume elevi:** .................................................................................................................................

..............................................................................................................................................................................................................................................................................................................

**Cerință:**

*Argumentați necesitatea existenței concurenței în economia de piață.*

*............................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................*

# ***Unitatea de învățământ: Liceul Teoretic „I. H. Rădulescu”, Târgoviște***

# ***Profesor: Andrei Ana-Maria***

**Fișă de autoevaluare “Mecanismul concurențial”**

**Nume și prenume elev: ...............................................................................................................**

***În timpul lecției desfășurate astăzi, la ECONOMIE,***

❀ ***Am descoperit ...***

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

A

❀ ***Bine a fost că ...***

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

B

❀ ***Cel mai mult mi-a plăcut că /să...***

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

C